SEIKO

Guideline

Ecole supérieure
d'arts appliqués
Expographie
Visual Merchandising Design

ESVM 2010-2012

Sommaire

Introduction
- Rappel de la marque
- Rappel du brief

Guide de montage
- Mode d'emploi et accessoires

Guideline
- Règles d'or
- Merchandising
- Schéma d'aide au merchandising
- Fiches techniques

SEIKO

Philosophie et valeurs de la marque

Précision & Justesse	La performance mise en avant
Innovation	Etre pionnier - technologie de pointe
Persévérance	Avancer avec sérénité et volonté
Environnement	L'économie d'énergie, technologies, produits et usines vertes
Savoir faire	Maîtres horlogers passionnés à la recherche de la perfection

SEIKO

La collection Seiko - ses gammes

Ananta ARCTURA VELATURA Sportura MASTER SERIES Premier Inspiration Japonaise

SEIKO

Guideline Merchandising

« Trait d'union entre la **marque,** le **produit** et le **point de vente.** »

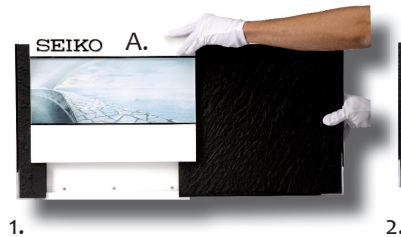
SEIKO

GUIDE DE MONTAGE

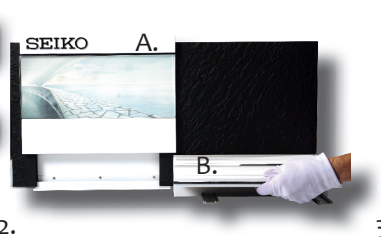
Ecole supérieure
d'arts appliqués
Expographie
Visual Merchandising Design

SEIKO

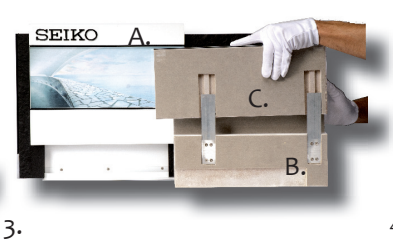
Mode d’emploi



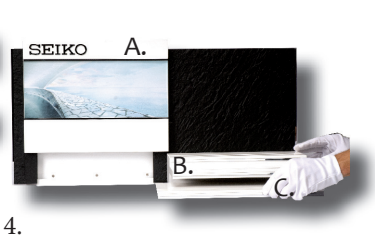
1.



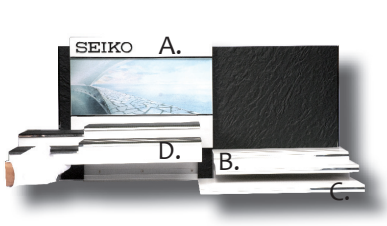
2.



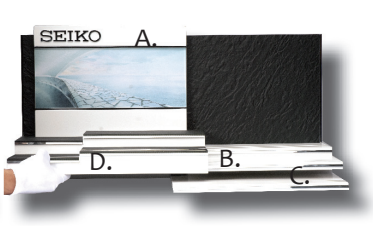
3.



4.

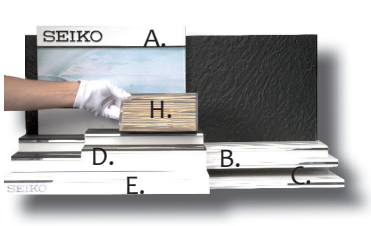


5.

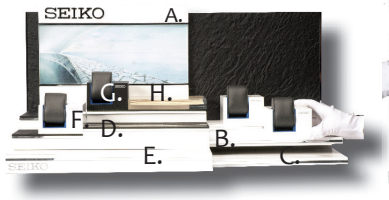


6.

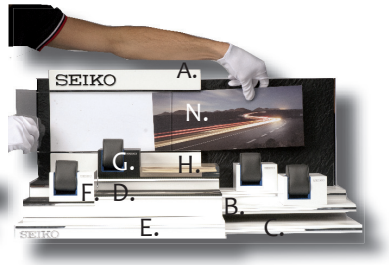
7.



8.



9.



10.

SEIKO

GUIDELINE

Règles d’or

La partie «règles d’or» du guideline est très importante, elle va permettre au revendeur d’observer les règles à respecter lors de la mise en place des montres. C’est un outil qui permet visuellement d’assimiler les choses à faire ou à ne pas faire.

Tout d’abord, nous avons décidé de regrouper les règles générales que l’on a pu observer. Cela nous a permis d’être complet mais surtout de mettre des priorités là où nous pensions qu’elles étaient nécessaires.
Nous avons divisé ces règles sous plusieurs catégories, nous retrouvons ainsi des règles pour:

- la propreté
- le display
- les accessoires
- le merchandising général
- le merchandising du regroupement de produits
- la disposition des montres

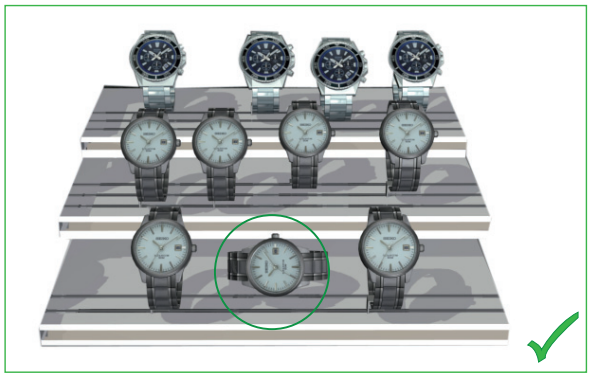
Règles d’or

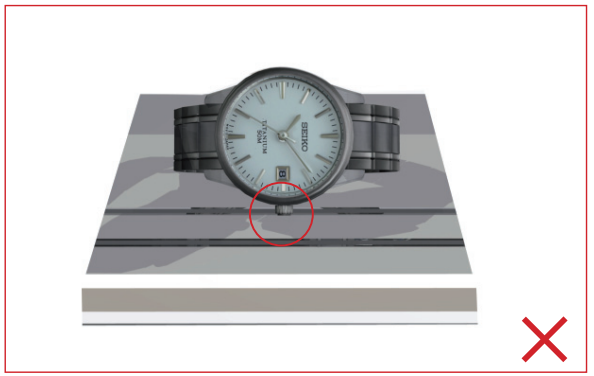
Dans chacune de ces catégories, 3 ou 4 règles d’or sont à respecter. Elles sont énoncées de manière simple et brève permettant d’être efficaces et comprises de tous.

Les phrases sont formulées de manière à ne pas agresser les revendeurs, au contraire, dans le but de les guider, les conseiller.

Lorsque les explications ne parlent pas d’elles-mêmes, elles sont accompagnées de visuels, clairs, mettant en scène ce qui a été dit. On retrouve pour cela un exemple de ce qu’il faut faire avec un encadrement vert et un contre-exemple illustré de ce qu’il ne faut pas faire en rouge.
Le but de la démarche est de rendre responsable les revendeurs afin qu’ils soient soucieux de la mise en place des produits.
Il est important de faire respecter ces quelques règles afin de maximiser la cohérence des présentations pour retrouver la même identité Seiko chez tous les revendeurs de la marque.

3. La couronne est tournée vers le haut pour les montres placées à l’horizontale
3.*The crowns of all watches presented in a horizontal position must face upwards*



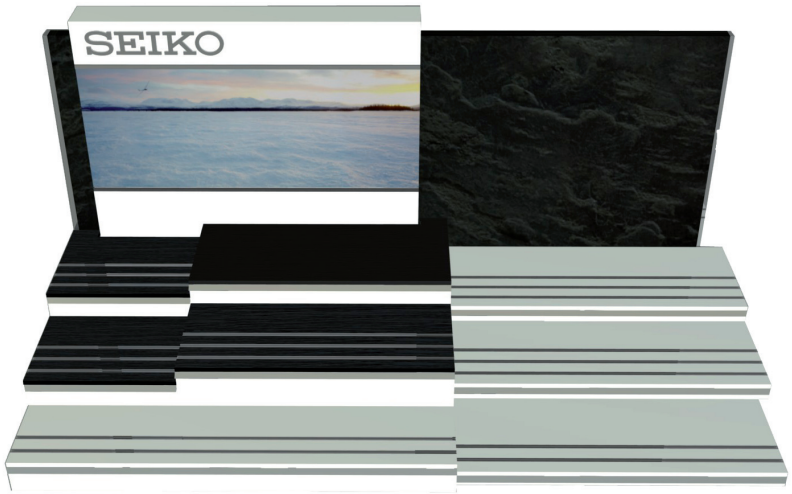


SEIKO

Merchandising

Le merchandising du display est très réfléchis. En effet, il a été développé sur la base de statistiques réalisées par rapport à la collection en cours.
Le nombre de montres de chacune des collections présentes sur le display reflète le nombre proportionnel à celui du catalogue.
Il a également été conçu afin de se rapprocher le plus possible des profils de vos revendeurs.
En effet, 7 thèmes ont été réalisés. Le display composé de 30 modèles à tendance mixte, les trois displays de 40 pièces, soit mixte, sport ou classique, ainsi que les trois displays composés de 50 pièces, également soit mixte, sport ou classique.

Vous trouverez dans les pages suivantes le détail de ces 7 segmentations avec un visuel adapté à chacune d'elles.



SEIKO

Merchandising

Thème 1
30 pièces // mixte

Homme
Automatique 2x
Sportura 3x
Neosport 4x
Plongée 1x
Velatura 2x
Premier 4x
Classique 7x

Femme
Velatura 1x
Classique 7x

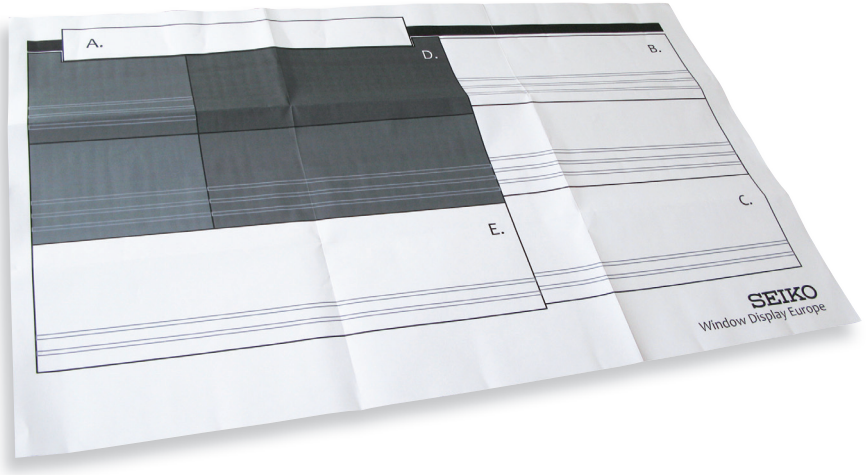
Merchandising

Thème 2
40 pièces // Classique

Homme
Premier 7x
Classique 10x
Sportura 2x
Automatique 3x
Velatura 3x
Plongée 1x
Neosport 6x

Femme
Classique 8x

Schéma d’aide au merchandising



Un outil complémentaire

• Une grande feuille reprenant une représentation schématique du display actuel.

• Pour préparer la mise en place des produits sur le display.
Disposer les produits sur le schéma avant leur mise en vitrine.

Fiche Technique

• Format horizontal
Ouvert : 80 x 50 cm - Taille réelle du display étendu
Fermé : 27 x 16,5 cm - Plié en 3 x 3, pour prendre un minimum de place - format proche de celui du guideline.

• Impression recto Noir et Blanc
Reprise des coloris du display
Réduction des frais d’impressions

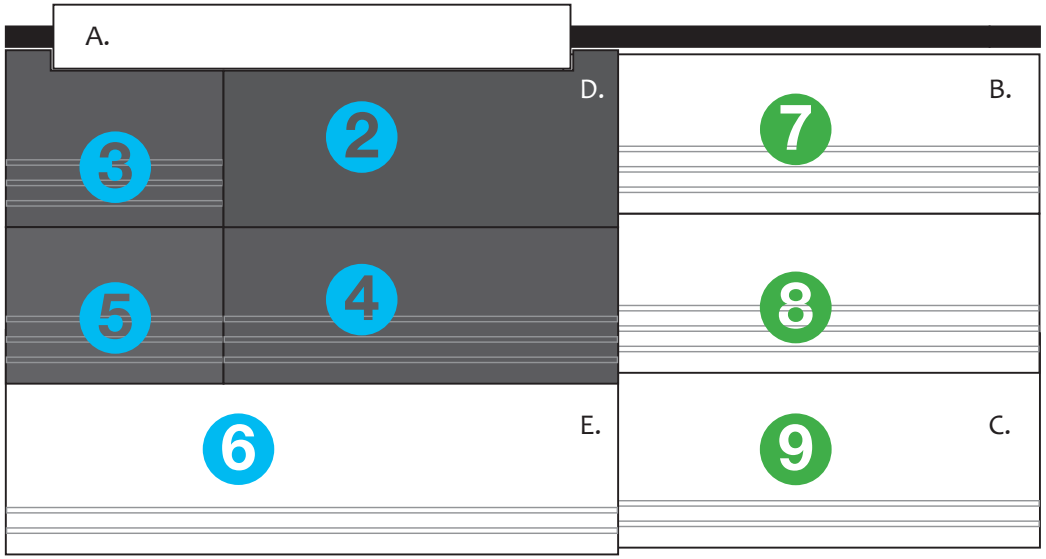
• Papier 150g/m^2
Léger mais bonne résistance à l’utilisation.
Marquage des plis simple, non cassant.

Schéma d'aide au merchandising

Un outil pour la réalisation simple et efficace

- Pour une étape intermédiaire, entre la réception des produits et leur mise en place en vitrine.

Cette étape de réflexion permet de :
- limiter la manipulation des produits
- favoriser une exécusion rapide
- aider et clarifier la segmentation des gammes
- augmenter l'image de marque
- assurer la cohérence entre la marque et la vitrine



SEIKO
Window Display Europe

Utilisation : Pas à pas

1 Choisir une thématique à la vitrine.
Choosing a theme to showcase

Choisir les collections selon l'odre ci-dessous :
Choosing collections and products in the following order:

2 3 4 5 6

Côté GAUCHE - LEFT side
du fond vers devant - Starting from the back to the the front

7 8 9

Côté DROIT - RIGHT side
du fond vers devant - Starting from the back to the the front

Schéma d’aide au merchandising

Lien fort entre merchandising et schéma

Exemple 50 produits - CLASSIQUE

Recommendation merchandising - Photo du display

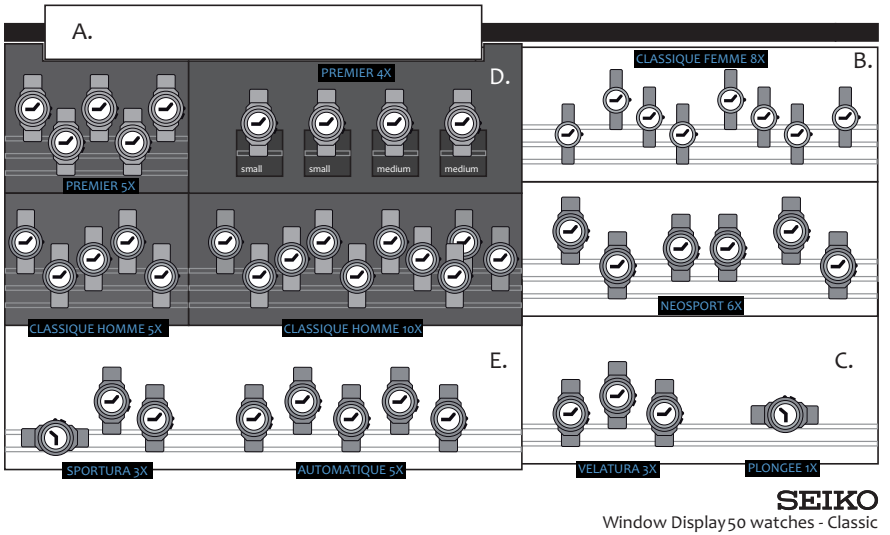


Schéma associé